septembre 2013

Roger CDB

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Distribution / Indépendants

Entre tradition et modernité

Créée au début des années 1950, la société Roger CDB s'est peu à peu positionnée comme le distributeur bois-panneaux de référence sur l'agglomération amiénoise. Rayonnant aujourd'hui à une centaine de kilomètres autour de son unique dépôt, elle est parvenue à conserver une clientèle traditionnelle pour laquelle elle propose une offre de services mêlant outils pratiques et accompagnement technique.



En 1953, Gilles et Sylvette Roger fondent, dans le centre-ville d'Amiens, les Etablissements Roger dont l'activité se résume essentiellement à la commercialisation et la transformation de bois bruts. En 1972, leur fils Frédéric Roger entre dans l'entreprise et décide d'abandonner progressivement l'activité scierie pour se tourner davantage vers le négoce de bois. Après avoir pris la tête de la société en 1983, il décide de quitter le centre-ville amiénois pour s'implanter en périphérie à Dury. En effet, l'ancien local, « une vieille bâtisse agricole » était devenue trop exiguë (3 000 m2 de surface) et posait de ce fait des problèmes de sécurité puisque tous les chargements et déchargements ne pouvaient s'effectuer que manuellement. En déménageant, les Etablissements Roger bénéficient d'une surface de 10 000 mètres carrés dont 5 000 couverts. Au fil du développement de l'entreprise, la superficie est agrandie pour dépasser aujourd'hui les 15 000 mètres carrés dont 7 000 couverts.

Désireux de devenir le numéro un sur son secteur géographique, Frédéric Roger reprend en 1999 l'un de ses principaux concurrents, la société CDB (Consortium de Bois) et s'impose alors comme le leader de la distribution bois sur l'agglomération amiénoise. En 2005, les activités des Etablissements Roger et de CDB sont réunies sur le site de Dury, cette réunification donnant ainsi naissance à la société Roger CDB.

Se différencier par le stockage

Lorsqu'il reprend l'entreprise au début des années 1980, Frédéric Roger souhaite avant-tout s'inscrire dans la continuité du travail accompli par ses parents. Pour se différencier de la concurrence – les conditions tarifaires varient peu d'un négociant bois à l'autre – il mise alors sur une disponibilité maximale des produits ce qui nécessite un volume de stockage plus important, comme indiqué plus haut, d'où le déménagement. Aujourd'hui, l'entreprise compte ainsi plus de 4 000 mètres linéaires de racks de stockage qui ne sont toutefois pas exclusivement dédiés aux bois bruts, ces derniers ne représentant qu'un tiers du chiffre d'affaires. En effet, lorsqu'il investit les nouveaux locaux, Frédéric Roger installe, dans le hall d'accueil du

bâtiment, un showroom dédié aux produits de décoration, c'est-à-dire principalement des revêtements de sols (20% du CA si l'on ajoute les ventes d'escaliers et de blocs-portes) et aux menuiseries (10% du CA). Cette zone d'exposition sert désormais aussi à mettre en avant des coupes techniques de produits, notamment des systèmes d'isolation (10% du CA) ainsi que des solutions complémentaires aux produits bois comme des bardages en fibrociment, des menuiseries PVC… Par ailleurs, l'offre en panneaux d'agencement (environ 30% du CA) s'est peu à peu étoffée avec le référencement de gammes complètes d'agglomérés, de contreplaqués, de MDF, de mélaminés et de décoratifs stratifiés.

A noter que pour résister aux enseignes nationales, à savoir conserver des conditions d'achats intéressantes, Frédéric Roger et d'autres dirigeants de négoces bois-panneaux se sont regroupés pour formés Nébopan, un groupement d'achat spécialisé dans les produits bois et dérivés qui compte aujourd'hui 19 adhérents indépendants.

Retour à une offre bois traditionnelle

Depuis environ deux ans et l'engouement pour la construction bois, Frédéric Roger a revu sa politique de diversification pour revenir sur son offre historique en bois bruts pour charpentes et ossatures. « La maison à ossature bois s'imposant de plus en plus comme une alternative sérieuse face aux modes de constructions traditionnels, nous avons pris l'initiative, il y a un peu plus de cinq ans, de former nos équipes technico-commerciales ainsi que nos clients charpentiers sur la MOB. Cette activité nouvelle nous a d'ailleurs permis de compenser les pertes de marché directement liées à la multiplication des centrales d'achats qui évitent aux entreprises du secteur tertiaire de passer des appels d'offre auprès des négoces », explique le dirigeant.

Pour accompagner ses clients artisans à se positionner sur le secteur de la construction bois, en plus d'une offre certifiée FSC et PEFC (Roger CDB a la double certification depuis trois ans) qui leur permettre de répondre aux appels d'offre des collectivités locales et institutions publiques, Roger CDB a recruté il y a deux ans une personne uniquement dédiée à la MOB. Elle est chargée de réceptionner les plans d'architecte et de les transmettre aux fournisseurs en bois de structures partenaires du distributeur. Ces derniers étudient alors la faisabilité du projet (des modifications structurales peuvent être apportées), le quantitatif…

Toutefois, Roger CDB ne cherche pas à ne vendre que du bois d'ossature. En effet, l'objectif est de fournir à l'artisan ou à la société qui va assurer la maîtrise d'œuvre, une solution complète intégrant également l'isolation, les menuiseries, les revêtements de sol. « A travers cet accompagnement, nous souhaitons amener l'ensemble de notre savoir-faire à nos artisans afin de les inciter à se lancer dans la construction et à monter en compétences », résume Frédéric Roger.

Une force de vente technique

Aujourd'hui, Roger CDB possède une clientèle à 95% professionnelle et satisfait 5% de bricoleurs lourds, en fait « des particuliers capables de construire eux-mêmes leur maison ». Les clients sont donc majoritairement des menuisiers, des charpentiers, des maçons voire quelques plaquistes. Bien que spécialiste du bois et du panneau d'agencement, Roger CDB commercialise en effet des plaques de plâtre, « une offre de service avant tout destinée aux clients devant réaliser des cloisons, par exemple dans le cadre de la pose de blocs-portes ». En plus de cette clientèle artisanale, le distributeur touche également des industriels comme des fabricants de meubles hospitaliers ou de boîtes aux lettres, des collectivités locales et institutions publiques (offices HLM, hôpitaux…), des pavilloneurs ou encore des majors de la construction.

Pour accompagner cette clientèle variée, Roger CDB s'appuie au total sur trois technico-commerciaux itinérants chargés de visiter les clients, deux responsables comptoir, un responsable menuiseries qui est en contact direct avec les pavilloneurs et les menuisiers – c'est lui par exemple qui réalise les plans, établi les devis… Cette équipe technique participe à de nombreuses sessions de formation qui peuvent se dérouler sur l'agence de Dury (Roger CDB réalise tous les quinze jours sa propre matinée de formation) avec la

collaboration des fournisseurs partenaires du distributeur mais aussi au sein de la centrale Nébopan. Ainsi deux à trois fois par an, les ATC de Roger CDB se rendent au siège de la centrale pour assister à des séances thématiques qui peuvent être axées sur le marketing, l'ossature bois, l'isolation…

En plus de sa force commerciale, le distributeur s'appuie également sur six magasiniers chargés de la gestion des stocks et de la préparation des commandes ainsi que sur une équipe de trois chauffeurs. Pour réaliser les tournées de livraison, Roger CDB a investi dans sa propre flotte de véhicules qui compte à ce jour un véhicule léger de 1,5 tonne, de deux camions 19 tonnes bâchés et de deux camions 26 tonnes avec grue. Cela permet à l'entreprise d'honorer les livraisons sur l'ensemble de son territoire commercial qui s'étend à l'ensemble de la Picardie.

Investir dans les services

En plus de se démarquer de la concurrence via une politique de stockage intense et un soutien technique permanent, Roger CDB propose également à ses clients plusieurs services pratiques comme la réalisation de plans ou la prise de cotes mais aussi la possibilité de passer commande quand l'artisan le souhaite. Pour cela, le distributeur a investi dans un site Internet fonctionnel (www.roger.fr) depuis le mois de mai qui permet à chaque visiteur professionnel en compte de commander en ligne les produits et de bénéficier de conditions de livraisons identiques aux commandes passées par voies classiques comme au comptoir, par téléphone ou par fax.

Ce site permet aussi à chaque client en compte d'accéder à un espace privé protégé par mot de passe permettant de bénéficier de ses propres tarifs et de consulter l'historique de ses factures. Ces dernières fonctions sont pour le moment testées chez une dizaine de clients qui semblent conquis. « Nous avons développé ce site pour nous adapter aux nouvelles habitudes de nos clients qui ont de plus en plus tendance à passer leurs commandes le soir après leur journée de travail. Toutefois, à travers ce canal, nous ne cherchons pas à développer notre offre puisque le site reprend uniquement notre plan de vente et n'a pas été conçu pour commercialiser des produits complémentaires. Pour l'instant, nous sommes satisfaits des premières retombées et avons même reçu des consultations en provenance de Corse », explique Frédéric Roger.

Assurer la transmission

En termes de promotions, à l'instar de nombreux négoces bois-panneaux, Roger CDB réalise peu d'opérations commerciales sauf quand celles-ci émanent directement du fournisseur. L'objectif est toutefois plus de présenter des nouveaux produits que de réaliser des remises tarifaires. Néanmoins, compte-tenu de la célébration cette année de son soixantième anniversaire, Roger CDB organise fin septembre une journée portes ouvertes sous forme d'un salon de présentation produit « placé sous le signe du festif ». Le distributeur a ainsi convié une trentaine de ses fournisseurs à venir présenter leurs produits aux clients artisans et architectes de l'enseigne. Cet événement devrait être l'un des derniers organisés par Frédéric Roger en tant que dirigeant de la société. En effet, à la tête de l'entreprise depuis une trentaine d'années, il a d'ores et déjà annoncé sa volonté, d'ici trois à quatre ans, de passer le relais à son fils Hugo, diplômé d'une école de commerce spécialisée dans le bois, qui a « toutes les compétences pour gérer l'entreprise, mais encore besoin d'un accompagnement ».

ND